

Piloter les actions de communication numérique de l'entreprise

Réf. BUR0029

Objectifs

A l'issue de la formation, le bénéficiaire sera capable de piloter les actions de communication numérique de l'entreprise

Les compétences qui seront mises en pratique sont définies comme suit :

- Concevoir des actions de communication numérique de l'entreprise à mettre en œuvre
- Créer et gérer des contenus et supports de communication numérique de l'entreprise
- Evaluer l'efficacité de la communication numérique de l'entreprise des retombées des actions mises en œuvre

Prérequis nécessaires

Maîtriser les fondamentaux de la navigation sur le web et savoir rédiger en français.

Utiliser régulièrement un compte Facebook ou Instagram ou LinkedIn

Public concerné

Chef d'entreprise, chargé de marketing ou communication, commercial, chargé de relation client, toute personne intervenant sur la communication digitale de l'entreprise

Contenu pédagogique

Module 1 : Construire une stratégie de contenu digital avec le webmarketing (2 jours)

- Définition des objectifs et priorisation des actions : personae, cibles...
- Formalisation de l'écosystème web pour faire apparaître les différents points de contact

- **Définition des KPI (indicateurs clés de la performance)**
- Quels sont les KPI ?
- Analyse de l'efficacité des outils et actions de communication digitale de l'entreprise
- Définition des mesures correctives à mettre en œuvre au regard des non-satisfactions identifiées
- **Analyse du positionnement en ligne, des outils et canaux de communication**
- **Les principes du marketing digital**
- **Le positionnement**
- Objectifs
- Audience
- Problématique à résoudre
- **Les canaux de communication numérique**
- Fédérer sa communauté avec les RS
- Raconter une histoire ou démontrer son expertise avec le blog
- Convertir avec le site web
- Fidéliser avec les newsletters
- Identifier les spécificités et application pour les mobinautes
- Renforcer sa visibilité locale avec google my business
- **L'impact du digital dans sa communication**

- Les tendances du marketing digital et l'omnicanal
- Le marketing de contenus et le ZMOT
- Le POEM (Paid Owned Earned Media)
- **L'analyse SWOT de l'environnement interne et externe**
- **Le rôle du référencement SEO SEA et l'IA ?**
- **De la stratégie digitale à la formalisation : le cahier des charges**
- Les objectifs poursuivis
- Le calendrier de réalisation et les spécifications techniques, ergonomiques et éditoriales

Module 2 : Créer et gérer des contenus pour sa communication digitale(2 jours)

- **Elaboration des contenus adaptés aux canaux et supports de communication numérique**
- Structurer son discours et construire des contenus adaptés à chaque canal de communication
 - Construire sa ligne éditoriale (à partir des objectifs, cibles et positionnement de l'entreprise) et son calendrier
 - Mettre en œuvre la charte éditoriale sur les différents canaux de communication
 - Contenus textuels
 - Mettre en œuvre les fondamentaux de la rédaction Web
- Le picture marketing ou le marketing de l'image : contenus visuels ou audio
 - Le rôle et l'impact des contenus visuels et audio

- Le droit à l'image : législation et utilisation des images
- Utiliser des contenus vidéos ou audio
- **Gestion de l'évolution et de la mise à jour régulière des supports de communication numérique de l'entreprise**
- Les leviers de la visibilité
 - Gagner en visibilité sur les moteurs de recherche
 - Utilisation des gabarits de contenu pour gagner en efficacité
- Les spécificités du site internet
 - Adaptation de son arborescence pour réorganiser ses contenus
 - Optimisation de l'ergonomie de son site en fonction de ses objectifs
- **Identification des moyens humains et financiers**
- Élaboration d'un circuit éditorial adapté à ses moyens et contraintes (Workflow Editorial)
- Identifier les ressources internes et externes
- Estimer les coûts
- **Animation de la relation client digitale**
- Les fondamentaux de l'identité numérique et de la e-réputation
- Mise en place d'une veille active sur le web
- Recueillir des avis et y répondre
- Réagir face à un Bad buzz : la communication de crise

- Les bonnes pratiques pour animer sa communauté

Durée

4 jours pour un total de : 28 heures

Sessions (dates, lieux, prix)

- 27 mars au 3 avril 2025 à Rochefort : 1520.00 € net de taxe
- 30 septembre au 14 octobre 2025 à Saintes : 1520.00 € net de taxe

Effectifs

Mini : 3 - Maxi : 10

Intervenants

Formateur consultant sélectionné par la CCI pour son expertise dans ce domaine

Moyens pédagogiques / Méthodes mobilisées

Méthodologie alliant les apports théoriques, interactivité, échanges d'expériences, illustration par des exemples concrets et des exercices pratiques.

Equipements pédagogiques : vidéo projecteur, paperboard, tableau interactif ; ordinateur portable : de préférence apporté par le bénéficiaire sinon possibilité de mise à disposition par la CCI17.

Nos salles de formation sont adaptées et conformes à l'accueil du public.

Lorsque les formations se déroulent en distanciel, pour leur bon déroulement, il est important

de :

-

Se trouver dans un lieu calme

-

Disposer d'un ordinateur opérationnel avec micro et caméra

-

Disposer d'une connexion opérationnelle

-

Respecter les instructions techniques transmises en amont de la formation (support TEAMS ou autre)

-

Assistance technique assurée

Modalités de certification et évaluation des compétences

Avant la formation : évaluer les connaissances initiales des stagiaires. Pendant la formation, évaluation de la progression dans l'acquisition des connaissances. Après la formation, évaluation à chaud de la satisfaction. Evaluation à froid, à + de 6 mois, des pratiques et de la satisfaction. Modalités de certification : Attestation de fin de formation et certificat de réalisation.

Modalités d'accès public handicapé

Dans le cadre des formations, la CCI Charente-Maritime s'engage à accueillir les publics handicapés sans discrimination et à mettre en œuvre, en fonction des besoins des personnes handicapées, des adaptations pédagogiques, matérielles et organisationnelles, nécessaires à la prise en compte du handicap, par nos propres moyens et/ou avec l'aide du réseau idoine

Indicateurs-clés de la formation

nombre de bénéficiaires formés : 2022-2023 : 12

Taux de satisfaction : 0.00%

Nombre d'avis : 0